

قوانین کسب کار

کسب و کار مانند سایر امور زندگی اصولی دارد که باید در یک فرایند تدریجی آموخته شود. بدین منظور باید فرهنگی در جامعه بوجود بیاید که افراد علاوه بر داشتن مهارتهای اصلی کسب و کار، «نگاه کسب و کارانه» نیز داشته باشند. یعنی شخص در مواجهه با محصولات اطراف خود، نام محصول، نام شرکت و نام بنیانگذار و مهارتهای کسب و کار را آن را بداند. در حقیقت آشنایی با نام محصولات و نام شرکتها برای کسی که بخواهد کسب و کاری را راه اندازی کند لازم است.

مهارتهای مورد نیاز مدیران را میتوان به صورت فنی، انسانی و ادراکی طبقه بندی کرد. مهارت به توانایی های قابل پرورش شخص که در عملکرد و بقای وظائف منعکس میشود بنابراین منظور از مهارت توانایی به کار بردن مؤثر دانش و تجربه شخصی است. ضابطه اصلی مهارت داشتن، اقدام و عمل مؤثر در شرایط متغیر است. تعریف مهارتهای سهگانه مدیریت به شرح زیر است.

1-مهارت فنی یعنی دانایی و توانایی در انجام دادن وظایف خاص که لازمه آن ورزیدگی در کاربرد فنون و ابزار ویژه و شایستگی عملی در رفتار و فعالیت است. مهارتهای فنی از طریق تحصیل، کارورزی و تجربه حاصل میشوند. مدیران معمولاً این مهارتها را طی دوره های آموزشی یا کارآموزی فرا میگیرند نظیر دانش، فنون و روشهای برنامه ریزی، بودجه بندی، کنترل، حسابداری، امور مالی، کارگزینی کارپردازی و غیره ویژگی بارز مهارت، فنی آن است که به بالاترین درجه شایستگی و خبرگی در آن میتوان دست یافت زیرا این نوع مهارت دقیق، مشخص، دارای ضوابط عینی و قابل اندازه گیری است. از این

رو، کنترل و ارزشیابی آن، هم در جریان آموزش و هم در مرحله کاربرد و عمل آسان است.

2-مهارت انسانی یعنی داشتن توانایی و قدرت تشخیص در زمینه ایجاد محیط تفاهم و همکاری و انجام دادن کار به وسیله دیگران، فعالیت مؤثر به عنوان عضو گروه، درک انگیزه‌های افراد و تأثیرگذاری بر رفتار آنان. مهارت انسانی در نقطه مقابل مهارت فنی است. یعنی کار کردن با مردم در مقابل کار کردن با اشیا و چیزها. داشتن مهارت‌های انسانی مستلزم آن است که شخص بیش از هر چیز خود را بشناسد.

3-مهارت ادراکی یعنی توانایی درک پیچیدگی‌های کل سازمان و تصور همه عناصر و اجزای تشکیل دهنده کار و فعالیت سازمانی به صورت یک واحد از کل سیستم

مهارت رهبری

رهبری توانا و شایسته باید انگیزه‌های لازم را در کارمندان خود ایجاد کند. بر همین اساس، کارمندان می‌توانند با بهره‌گیری از راهنماییها و توصیه‌های مناسب به ظرفیتهای کامل خود دست یابند. با توجه به نزدیک شدن رابطهها و کم شدن فاصلهها در دنیای مدرن امروزی، مهارتهای رهبری در هر شرکت و صنعتی از اهمیت و جایگاه ویژه‌ای برخوردار شده اند

ویژگیها:

در دسترس بودن و پشتیبانی کردن

مهارتهای رهبری، ترکیبی از تواناییهای مختلف را شامل می‌شوند. یک رهبر خوب باید همواره در دسترس باشد. همکاران و اعضای تیم باید همواره قادر باشند تا با وی درباره انتقادات و پیشنهادات و یا شکایات بحث و تبادل نظر کنند.

“سیاست درهای باز” این امکان را برای کارمندان فراهم می‌کند تا در فضایی آزاد به کار مشغول بوده و ایدهها و نظرات خود را مطرح کنند. از این رو، رئیس و رهبر یک مجموعه نیازها را شناسایی کرده و می‌تواند در کمترین زمان ممکن به آنها پاسخ دهد. همچنین، یک رهبر موفق باید از نظر عاطفی اعضای

تیم خود را حمایت کند که این کار از طریق تشویق و احترام گذاشتن به ارزش کار آنها امکان پذیر است.

تسهیل کننده ماهر و توانا

یکی از ویژگیهای رهبران موفق، توانایی آنها در تسهیل انجام امور و روابط دوستانه در محیط کار است. موفقیت یک شرکت و شکوفایی آن در کنار روند افزایشی درآمدها تنها زمانی حاصل می شود که افراد حاضر در آن مجموعه به خوبی در کنار یکدیگر وظایفشان را انجام دهند. بی شک، درگیری و اختلاف موجب کند شدن آهنگ پیشرفت می شود. یک رهبر موفق باید روحیه تیمی و انگیزه افراد را در سطح مطلوب نگه دارد.

استفاده مناسب از قدرت و اختیارات

استفاده صحیح از قدرت و اختیارات، یکی از مولفه های مهم مهارتهای رهبری است. این مهارت توسط بسیاری از مدیران یا نادیده گرفته شده و یا آن گونه که باید به کار گرفته نمی شود. برخی از قدرت و اختیاراتشان برای ارتقا جایگاه خود بهره می برند. اما یک رهبر خوب این نکته را درک می کند که با کسب قدرت و اختیارات بیشتر، بر بار مسئولیتهای وی نیز افزوده می شود. او باید از این شرایط عاقلانه استفاده کرده و مجموعه خود را به سوی موفقیت در چارچوب قوانینی مشخص هدایت کند.

مهارتهای برتر ارتباطی و انگیزشی

مدیران برتر توجه ویژه ای به ارزش مهارتهای رهبری و ارتباطات خوب در کنار توانایی های انگیزشی دارند. رهبری توانا در راستای تحقق اهداف و مقاصد شرکت، توصیه هایی کارآمد و دقیق به اعضای مجموعه خود ارائه می کند.

در حقیقت، ارزیابی عملکرد شما بر اساس تواناییهایتان در کمک به شرکت به منظور تحقق این اهداف و مقاصد انجام می شود. ارتباطات مداوم با تمامی افراد، یکی از عناصر کلیدی در این زمینه است. از آنجایی که شرایط بازار پیوسته در حال تغییر است، ارائه اطلاعات و آگاهی های لازم به کارمندان درباره هر گونه تغییر در راهبردها یا خطوط تولید و خدمات شرکت از اهمیت ویژه ای برخوردار است.

رهبری توانا و شایسته باید انگیزه‌های لازم را در کارمندان خود ایجاد کند. بر همین اساس، کارمندان می‌توانند با بهره‌گیری از راهنماییها و توصیه‌های مناسب به ظرفیتهای کامل خود دست یابند.

مهارت برنامه ریزی

برنامه ریزی در زندگی روزانه هر انسانی به عنوان موجودی است که در حصار مسائل و مشکلات زندگی محاصره می‌باشد. فقط با برنامه ریزی و تعیین اهداف موردنظر و روشهای دستیابی به آنها در زمان مشخصی اعم از کوتاه مدت میتوان در جهتی صحیح حرکت نمود. برنامه ریزی اصولاً یک نگرش و راه زندگی است که متضمن تعهد به عمل بر مبنای اندیشه و تفکر آینده نگر تصمیم قاطع در اجرای امور منظم و مداوم بوده و بخشی انفکاک ناپذیر حرکت انسان در طول سال محسوب میگردد و برنامه ریزی در سازمانها رکن اساسی هرگونه اقدام و حرکتی میباشد و عاملی است برای تبدیل تبدیل به نتایج پیش بینی شده .

برنامه ریزی عبارتست از:

تعیین اهداف و یافتن راه وصول به آن و تصمیم گیری و تصمیم سازی در مورد اینکه چه راههایی باید صورت گیرد و طراحی وضعیت مطلوب برای آینده و انتخاب راهها و وسایل رسیدن به آن و طراحی عملیاتی و اجرایی بر مبنای شیوه هایی که در اهداف مشخص شده است. در نگرش دیگر برنامه ریزی عبارتست از: دست یافتن به هدف مورد نظر. فرایند برنامه ریزی از هفت عنصر تشکیل شده شامل: ماموریت سازمانی و تحلیل استراتژیک و استراتژیها و اهداف بلند مدت و برنامه ریزی تلفیقی و برآوردهای مالی و خلاصه اجرایی.

مهم ترین نقش برنامه ریز تمرکز همه فعالیت های برنامه ریزی روی جهت گیری کلی سازمان مورد نظر از مبدا به مقصد نهایی که همان تصویر وضعیت انی مورد انتظار و چشم اندازهای موفقیت و استراتژی های سازمانی هستند میباشد. برنامه ریزی فرایندی است زمانبند و نباید اجازه داد بدون تفکر وسیع و عمیق و همه جانبه و تجزیه و تحلیل مورد نیاز و به اختصار و سریع انجام شود.

برنامه ریزی یکی از مهمترین وظایف مدیریت است چه در سطح مدیران عالی و چه در سطح مدیران اجرایی و چه در میان کارکنان موسسات. یک برنامه ریزی دقیق و حساب شده میتواند در بالا بردن راندمان و کارایی کارکنان و ارتقای بهره وری سازمانها و با ساده کردن روش های کار سبب خوشحالی کارکنان و افزایش انگیزه شان برای کار بهتر نقش بسیار موثری داشته باشد.

از نخستین مراحل در برنامه ریزی دست یافتن به توافق مقدماتی بر سر کوشش های برنامه ریزی و مراحل عمده ان بین تصمیم گیرندگان کلیدی و مدیران فکری جامعه است.

هدف از برنامه ریزی

- افزایش احتمال رسیدن به هدف از طریق تنظیم فعاليتها
- افزایش منفعت اقتصادی از طریق مقرون به صرفه ساختن عملیات
- متمرکز شدن بر طریق دستیابی به مقاصد و اهداف و احتراز از انحراف از مسیر
- مهیا ساختن ابزارای بر کنترل

مهارت های مالی و حسابداری

مهارت های مالی مهارت هایی را شامل می شود که در آن شخص، گردش مالی و هر آنچه که به آن سرمایه گفته می شود را به صورتی قانونمند و هدفمند پی گیری و اجرا می نماید. فردی که مهارت های مالی را در وجود خود می یابد می تواند با اصول و قوانینی که در این بخش وجود دارد ورود و خروج پول و به قول خودمانی دخل و خرج یک شرکت یا اداره یا کارخانه را سامان بخشد. مهارت های مالی نظم و انضباط کاملی به هزینه ها، درآمدها و مطالب جانبی می بخشد افرادی که در زمینه مهارت های مالی دارای اندیشه های برتر و خلاقیت باشند در کنار صنعتگران، بنگاه های اقتصادی، مدیران بانک ها و سهامداران بورس و بسیاری از افراد دیگر که می خواهند برای تولید ثروت خود یا کشور خود تلاش کنند سهم بسزایی دارند

جمله معروفی هست که می گوید یک حسابدار آمدگی دارد تا مدیر را به ورشکستگی یا به قله خوشبختی برساند مدیران مالی در تدارک مراحل بودجه و تهیه ارقام برای تصمیم گیریها، در بسیاری از مواقع نقش حائز اهمیتی دارند. نسبتهای مالی و تجزیه و تحلیلهای **حسابداری** به اندازه گیری برتریهای استراتژیک کمک می کند. این تجزیه و تحلیل مالی فرآیندی از مدیریت مالی است که می تواند امتیازات استراتژیک در موسسه ایجاد کند

مهارت بازاریابی

رقابت در بازار فوق العاده فشرده و شانه به شانه شده است. فرقی نمی کند که شما یک تولید کننده بزرگ یا صاحب یک بنگاه اقتصادی کوچک باشد. مشکلات امروز را نمی توان با راه حل های گذشته حل و فصل نمود. بنابراین به روز کردن دانش و مهارت های بازاریابی برای تمامی کسانی که فعالیت اقتصادی دارند ضرورت دارد. **مدیریت بازاریابی**: عبارتست از تجزیه و تحلیل، طرح ریزی، اجرا و کنترل برنامه های تعیین شده برای فراهم آوردن مبادلات مطلوب با بازار های مورد نظر به منظور دستیابی به هدفهای سازمان. تاکید مدیریت بازاریابی بیشتر بر تعیین محصولات سازمان بر مبنای نیازها و خواسته های بازار مورد نظر و نیز استفاده از قیمت گذاری، ارتباطات و توزیع موثر جهت آگاهی دادن، ایجاد محرک و ارائه خدمات بازار است.

مردم و مشتریان مدیر بازاریابی را کسی می دانند که وظیفه اولیه او ایجاد تقاضا برای محصولات سازمان است. اما این یکی از انواع وظایف او می باشد و وظایف دیگری نیز بر عهده او قرار دارند که شامل منظم کردن سطح تقاضا و زمانبندی آن و ارائه مشخصات تقاضا برای دستیابی به اهداف سازمان است. بعبارت ساده تر مدیریت بازاریابی مدیریت تقاضاست

سازمان سطح مطلوبی از معاملات یا بازارها را در نظر می گیرد که در هر مقطعی از زمان ممکن است سطح تقاضای واقعی پایین تر یا بالاتر از این سطح مطلوب یا مساوی با آن باشد. این موضوع باعث شکل گیری 8 نوع تقاضا و در نتیجه 8 نوع بازاریابی می گردد که بشرح ذیل می باشند:

1- تقاضای منفی: وضعیتی که در آن تقریباً بیشتر بخشهای مهم بازار بالقوه، به محصول و خدمات تمایل ندارند. در این حالت وظیفه بازاریابی تبدیل تقاضا می باشد و نام رسمی آن بازاریابی تبدیلی است. وظیفه مدیریت بازاریابی در چنین زمانی بویژه اگر عرضه مثبت باشد، این است که با طرح ها و برنامه های خود باعث شود تا با بالا بردن تقاضا آن را از حالت منفی به مثبت و سرانجام به سطحی مساوی با عرضه مثبت برساند.

2- نبودن تقاضا: گاهی برای تعداد زیادی از محصولات و خدمات تقاضایی وجود ندارد و مردم نسبت به آنها بی اعتنا و بی توجهند. در این حالت 3نوع گروهبندی وجود دارد که عبارتند از:

الف) محصولات ظاهرا بی ارزش ، مانند ضایعات الکترونیکی و قطعات دسته دوم قدیمی
ب) محصولات با ارزش اما غیر قابل استفاده در محل ، مانند کامپیوتر و یا سایر دستگاه های الکترونیکی در نقاطی
که برق وجود ندارد

ج) محصولات و خدماتی که جنبه نوآوری دارند و تقاضایی برای آنها وجود ندارد، زیرا بازار هدف
درباره آنها اطلاع کافی ندارد. مانند خدمات پست الکترونیکی و یا اینترنت در اواسط دهه ۷۰ خورشیدی
ایران

وظیفه مدیر بازاریابی در این زمان ایجاد تقاضاست و نام رسمی آن بازاریابی ترغیبی می باشد. این نوع
بازاریابی کار دشواری است ، در عین حال برای هریک از گروه بندی ها مزبور روشی وجود دارد.
3- تقاضای پنهان: وضعیتی است که در آن عده زیادی از مردم نیاز شدیدی به محصولات یا خدماتی دارند
که فعلا وجود ندارند یا محدود هستند. راه حل پرورش تقاضا است و نام رسمی آن بازاریابی پرورشی
است.

4- تقاضای تنزلی: هر نوع محصول ، خدمات ، مکان و سازمانی سرانجام روزی با تنزل یا کاهش تقاضا
روبرو می شود. تقاضای تنزلی وضعیتی است که در آن تقاضا برای محصول یا خدمتی کمتر از سطح
قبلی است و کاهش بیشتر آن نیز پیش بینی می شود. دلیل این امر عدم تلاش در جهت بهسازی و بازسازی
بازار مورد نظر ، محصولات یا فعالیتهای بازاریابی است. برای حل این مشکل وظیفه بازاریاب احیا و
تجدید نظر از در روشهای بازاریابی و یا محصول از طریق بازاریابی احیایی است.

5- تقاضای فصلی (نامنظم): اغلب سازمانها از داشتن سطح متوسط تقاضا راضی ترند تا تقاضای موقت.
تقاضای نامرتب وضعیتی است که در آن الگوی زمانی تقاضا بر اثر تغییرات فصلی از الگوی زمانی
عرضه جدا و دور می شود. وظیفه مدیر بازاریابی در این مواقع برطرف کردن تقاضای نامنظم از طریق
تعدیل تقاضا است و به این نوع بازاریابی ، بازاریابی تعدیلی گفته می شود، زیرا نقش آن همزمان کردن
هرچه بیشتر تقاضا و عرضه با یکدیگر است.

6- تقاضای کامل: مطلوبترین وضعیت برای هر فروشنده داشتن تقاضای متعادل است. در این حالت زمان
و سطح تقاضا با زمان و سطح مطلوب عرضه برابر است. خدمات و محصولات گوناگون ، هر از گاهی
به این وضعیت می رسند. اما نکته مهم اینستکه در چنین حالتی نباید بازاریابی را سرسری گرفت. وظیفه

بازاریابی در این نوع تقاضای کامل، بازاریابی محافظتی و نگهداری کننده نامیده می شود و وظیفه آن حفظ تقاضا است.

7- تقاضای بیش از حد: هر از گاهی ، تقاضا برای محصول یا خدمت به طور چشمگیری بر عرضه پیشی می گیرد که آن را "تقاضای سرریز شده" می نامند و بیانگر وضعیتی است که در آن سطح تقاضا بیش از آن است که بازار بتواند یا برانگیخته شود تا جوابگوی آن باشد. وظیفه کاهش دادن تقاضای سر ریز شده را بازاریابی تضعیفی می نامند یعنی در این حالت باید تضعیف تقاضا صورت گیرد. به این نوع بازاریابی "بازاریابی وارونه" نیز گفته می شود. در واقع بازاریابی تضعیفی تلاشی است برای دلسرد کردن مشتریان بطور عام یا گروهی از مشتریان بطور خاص ، بطور موقت یا دائم.

8- تقاضای ناسالم: محصولات و خدمات زیادی وجود دارند که تقاضای آنها برای رفاه مصرف کننده و رفاه عمومی و عرضه کننده مضر است. تقاضای ناسالم وضعیتی است که در آن هر نوع تقاضا زاید به نظر می رسد. هر نوع تقاضا با هدف احتکار ، تقاضای انجام دادن خدمتی خارج از ضوابط یا تقاضایی برای ورود محصولهای غیر مجاز به کشور از جمله تقاضاهایی به شمار می روند که برای از بین بردن آنها باید به "بازاریابی مقابله ای یا عدم فروش" اقدام کرد. وظیفه بازاریابی در این وضعیت تخریب تقاضا است.

در ادامه خلاصه ای از انواع تقاضا و وظیفه بازاریابی برای هر مورد ذکر شده است:

نام رسمی	وظیفه بازاریابی	نوع تقاضا
بازاریابی تبدیلی	تبدیل تقاضا	تقاضای منفی
بازاریابی ترغیبی	ایجاد تقاضا	نبودن تقاضا
بازاریابی پرورشی	پرورش تقاضا	تقاضای پنهان
بازاریابی احیایی	احیا و تجدید تقاضا	تقاضای تنزلی
بازاریابی تعدیلی	تعدیل تقاضا	تقاضای فصلی
بازاریابی محافظتی	حفظ تقاضا	تقاضای کامل
بازاریابی تضعیفی	تضعیف تقاضا	تقاضای بیش از حد
بازاریابی مقابله ای	تخریب تقاضا	تقاضای ناسالم

ابعاد گوناگون مارکتینگ

مارکتینگ دارای ابعاد گوناگونی به شرح زیر می باشد:

1-بازار گرایی

2-بازار شناسی

3-بازاریابی

4-بازار سازی

5-بازار گردی

6-بازار سنجی

7-بازارداری

8-بازار گرمی

9-بازار گردانی

مهارت برنامه ریزی و طراحی طرح کسب و کار (BP)

تعریف : طرح کسب و کار سندی مکتوب است که جزئیات کسب و کار پیشنهادی را مشخص میکند. این سند باید ضمن تشریح موقعیت کنونی ، نیازها ، انتظارات و نتایج پیش بینی شده را شرح دهد و کلیه جوانب آن را ارزیابی کند.

طرح کسب و کار نشان دهنده چیست؟

آماده کردن یک طرح کسب و کار نتیجه نهایی روند طرح ریزی نیست ، بلکه تحقق طرح ، هدف نهایی است. با این وجود نوشتن طرح یک مرحله میانی مهم است. طرح نشان می دهد که بمنظور یک کسب و کار محرز ، بررسیهای دقیق در ایجاد کسب و کار انجام شده است و برای راه اندازی آن کارآفرین ، وظیفه اش را انجام داده است.

هدف-طرح

وجود یک طرح کسب و کار رسمی ، صرفنظر از اندازه کسب و کار آن ، به همان اندازه که برای راه اندازی مهم است برای یک کسب و کار برقرار (محرز) نیز مهم است.

این طرح چهار عمل اصلی را بصورت زیر انجام می دهد

1- به مدیر یا کارآفرین کمک می کند که جوانب و پیشرفت پروژه یا کسب و کارش را مشخص، متمرکز و بررسی کنند.

2- یک چهارچوب منطقی و حساب شده ایجاد می کند تا در آن یک حرفه بتواند توسعه یابد و تدابیر مربوط به آن حرفه را در چند سال آینده دنبال می کند.

3- بعنوان ماخذ و مبنایی برای مذاکره با اشخاص ثالث مانند سهامداران ، دفاتر نمایندگی ، بانکها ، سرمایه گذاران و ... بکار می رود.

4- معیاری را برای سنجش وضعیت واقعی کسب و کار در برابرا آنچه که باید باشد، ارائه می دهد.

همانطور که دو شغل مثل هم وجود ندارد و بنابراین طرحهای کسب و کار مانند هم نیز وجود ندارد. از آنجائیکه ، برخی موضوعات در طرح به یک طیفی از کسب و کارها مرتبط هستند بنابراین این امر مهم است که مفاد و مندرجات طرح ها با امور فردی متناسب باشد. با این حال ، بیشتر طرح ها از یک ساختار آزموده شده و نظر عمومی بر روی (در مورد) آماده سازی طرحی ک بطور وسیعی قابل اجراست متابعت-میکنند.

طرح کسب و کار می بایست نگرشی واقع بین از پیش بینی ها و مقاصد بلندمدت داشته باشد. این دید و نگرش چهارچوبی را به وجود می آورد که طرح باید در آن فعالیت کند و نهایتاً "یا موفق می شود یا شکست می خورد. برای مدیران و یا کارآفرینانی که به دنبال حمایت خارجی هستند ، آماده کردن یک طرح جامع ، موفقیت را در افزایش بودجه ها یا تجهیز پشتیبان ضمانت نخواهد کرد. عدم وجود یک طرح منطقی ، یقیناً شکست را حتمی خواهد کرد.

طرح هم برای صاحب آن و هم برای حمایت کنندگان مالی آن، به دلایل زیر لازم است:

1- مهم آن است که مالک درباره هدف خود از کسب و کار و منابعی که برای آن نیاز

دارد به دقت فکر کند. این موضوع در برآورد میزان سرمایه مورد نیاز، به وی کمک خواهد کرد.

2-بعید به نظر میرسد که مالک کسب و کار، برای راه اندازی آن سرمایه کافی داشته باشد. حمایت کنندگان مالی-بانکها یا سرمایه گذاران ریسکی-باید متقاعد شوند که سرمایه گذاری در کسب و کار جدید، منطقی و درست است.

3-فرض بر این است که اگر کسب و کار ایده خوبی نداشته باشد، هم برای صاحب آن و هم برای حمایت کنندگان مالی آن، باید این موضوع را در مرحله برنامه ریزی و قبل از هدر رفتن مقدار زیادی از زمان و هزینه، شناسایی کنند.

اجزای یک طرح کسب و کار:

1-اهداف کلی؛

2-مشخصات مجری طرح و همکاران

3-تعریف و توصیف کسب و کار؛

4-تحلیل استراتژی بازار؛

5-تحلیل مالی؛

6-خلاصه.

اهمیت پروسه

ایجاد یک طرح کسب و کار رضایت بخش امری پردردسر ، اما ضروری است ، روند برنامه ریزی ، مدیران یا کارآفرینان را وادار می کند که کاملاً دریابند آنچه را که می خواهند بدست بیاورند و اینکه چطور و کی آنرا انجام دهند. حتی اگر هیچ حمایت

خارجی هم نیاز نباشد ، طرح کسب و کار می تواند برای دوری گزیدن از اشتباهات یا تشخیص فرصتهای پنهانی نقش حیاتی را بازی کند.

برای عده بسیار زیادی از کارآفرینان و طراحان ، روند طرح ریزی (فکر ، مذاکره ، تحقیق ، تجزیه و تحلیل) به اندازه طرح نهایی و یا حتی بیشتر از آن مفید است. بنابراین حتی اگر به یک طرح رسمی نیاز ندارید ، درباره روند طرح ریزی بطور دقیقی فکر کند. این کار می تواند سود زیادی برای طرح کسب و کار شما داشته باشد.

هفته های بسیار زیاد کار سخت و پیش نویسهای متعدد را از زمان بروز طرح تا گرفتن حق کار پیش بینی کنید. یک طرح مکتوب واضح با بسته بندی جذاب سبب خواهد شد تا حامیان ، سرمایه گذاران و ... آسانتر به آن گرایش پیدا کنند . یک طرح کسب و کار کاملا آماده نشان خواهد داد که مدیران یا کارآفرینان، کار را می شناسند و آنها را برای پیشرفت طرح بر حسب فرآوریهها ، مدیریت ، سرمایه ها و مهمتر از همه بازارهای اقتصادی و رقابت اندیشیده اند.

قوانین ومقررات حاکم بر محیط کسب و کار

- ✓ قانون کار
- ✓ قانون تامین اجتماعی
- ✓ قانون مالیات های مستقیم

قانون کار جمهوری اسلامی ایران

- ✓ تعریف قرارداد: عبارتست از تفاهم بین کارفرما و کارگر بصورت شفاهی ویا کتبی برای انجام کاری معین برای مدت محدود ویا نامحدود.
- ✓ تعریف کارگر: کسی که در مقابل دریافت مبلغ معینی پول انجام کاری را برای کارفرما به عهده گرفته است.
- ✓ تعریف کارفرما: شخصی حقیقی ویا حقوقی که بر اساس عقد قرارداد وانجام کار مشخصی توسط کارگر به وی دستمزد پرداخت می کند.
- ✓ تعریف حق السعی : عبارتست از کلیه پرداختی های کارفرما در وجه کارگر شامل حقوق ، دستمزد ، پاداش و...

میزان ساعات کاری

- ✓ میزان ساعات کاری کارگران باتوجه به نوع کار (عادی ، سخت وزیان آور) بصورت زیر می باشد:
- ✓ در کارهای عادی تعداد ساعات کاری ۴۴ ساعت در هفته
- ✓ در کارهای سخت وزیان آور تعداد ساعات کاری ۳۶ ساعت در هفته

مرخصی ها

✓ بر اساس قانون کار جمهوری اسلامی ایران میزان استفاده از مرخصی بشرح ذیل می باشد:

✓ ۱- در کارهای عادی سالیانه ۳۰ روز با احتساب ۴ روز جمعه

✓ ۲- در کارهای سخت و زیان آور سالیانه ۴۵ روز

** مرخصی استعلاجی با ارائه گواهی پزشکی منفک از مرخصی استعلاجی می باشد.

** مرخصی بدون حقوق با تفاهم کارفرما و کارگر صورت می گیرد.

انواع نوبت های کاری

✓ نوبت کاری صبح و عصر

✓ نوبت کاری صبح و عصر و شب

✓ نوبت کاری عصر و شب یا شب و صبح

** در خصوص پرداخت حقوق کارگران شیفتی ، بر اساس قانون کار فوق العاده نوبت کاری پرداخت میگردد.

نحوه پرداخت فوق العاده نوبت کاری

✓ نوبت کاری صبح و عصر : در این حالت علاوه بر پرداخت دستمزد عادی ۱۰٪ تحت عنوان فوق العاده نوبت کاری پرداخت میگردد.

✓ نوبت کاری صبح و عصر و شب : در این حالت علاوه بر پرداخت دستمزد عادی ۱۵٪ تحت عنوان فوق العاده نوبت کاری پرداخت می شود.

✔ نوبت کاری عصر و شب و یا شب و صبح : در این حالت ۲۲,۵٪ تحت عنوان فوق العاده نوبت کاری علاوه بر دستمزد عادی پرداخت می‌گردد.

فوق العاده اضافه کاری

- ✔ ارجاع کار اضافی به کارگر به صورت اجباری ممنوع می باشد.
- ✔ تنها زمانی کار اضافی در غیر ساعات کاری به کارگر ارجاع می‌گردد که رضایت کارگر جلب شده باشد.
- ✔ در صورتی که کارگر در انجام فعالیت‌های خود بیش از میزان ساعات کاری بر اساس قانون کار در هفته (۴۴ ساعت) کار کند کارفرما مکلف است بمیزان کارکرد اضافی به وی فوق العاده اضافه کاری پرداخت نماید.

نحوه پرداخت فوق العاده اضافه کاری

- ✔ در صورتی که کارگر جهت انجام کار اضافی بکارگیری گردد فوق العاده مذکور بصورت زیر قابل پرداخت می‌باشد:
- ✔ علاوه بر پرداخت میزان دستمزد عادی ساعتی ، ۴۰٪ تحت عنوان فوق العاده اضافه کاری بایستی به کارگر پرداخت گردد.
- ✔ ** در صورتی که کار اضافی به کارگر در روزهای تعطیل و یا جمعه واقع گردد میزان فوق العاده مذکور ۳۵٪ خواهد بود.

مثال

✔ دستمزد عادی ساعتی کارگری در یک کارگاه تولیدی ۲۰۰۰۰ ریال می باشد . در طول هفته اخیر میزان ساعات کار عادی کارگر مذکور ۴۴ ساعت و میزان اضافه کاری نامبرده تعداد ۲۰ ساعت می باشد .
مطلوبست محاسبه دستمزد روزانه و فوق العاده اضافه کاری برای هفته اخیر جهت پرداخت .

✔ میزان دستمزد عادی = $۲۰۰۰۰ * ۴۴ = ۸۸۰۰۰۰$

✓ میزان فوق العاده اضافه کاری = $۵۶۰۰۰۰ = ۱۴۰\% * ۲۰۰۰۰ * ۲۰$

برخی جرائم ومجازاتهای تخلف از قانون کار

✓ ماده ۱۱۷- در صورتی که تخلف از انجام تکالیف قانونی سبب وقوع حادثه ای گردد که منجر به عوارضی مانند نقص عضو و یا فوت کارگر گردد ، دادگاه مکلف است نسبت به این موارد طبق قانون تعیین تکلیف نماید.

✓ ماده ۶- کار اجباری به هر شکل ممنوع است و متخلف علاوه بر پرداخت اجرت المثل کار انجام یافته وجبران خسارت ، باتوجه به شرایط وامکانات خاطی به حبس از ۹۱ روز تا یک سال و یا جریمه نقدی معادل ۵۰ تا ۲۰۰ برابر حداقل مزد روزانه محکوم خواهد شد.

✓ ماده ۱۷۹- کارفرمایان یا کسانی که مانع ورود وانجام وظیفه بازرسان کار وماموران بهداشت کار به کارگاههای مشمول این قانون گردند یا از دادن اطلاعات ومدارک لازم به ایشان خودداری کنند به پرداخت جریمه نقدی از ۱۰۰ تا ۳۰۰ برابر حداقل مزد روزانه و در صورت تکرار به حبس از ۹۱ روز تا ۱۲۰ روز محکوم خواهند گردید.

جرائم ومجازاتهای تخلف از قانون کار

✓ ماده ۱۸۱- کارفرمایانی که اتباع بیگانه را که فاقد پروانه کار هستند و یا مدت اعتبار پروانه کارشان منقضی شده است بکار گمارند و یا اتباع بیگانه را در کاری غیر از آنچه در پروانه کار آنها قید شده است بپذیرند و یا در مواردی که رابطه استخدامی تبعه بیگانه با کارفرما قطع می گردد مراتب را به وزارت کار وامور اجتماعی اعلام نمایند باتوجه به شرایط وامکانات خاطی ومراتب جرم به مجازات حبس از ۹۱ روز تا ۱۸۰ روز محکوم خواهند شد.

قانون تجارت

- حقوق تجارت : مجموع قواعدی است که بر روابط بازرگانان و اعمال تجارتي حکومت می کند. در حقوق تجارت تشریفات خاص اسناد تجارتي و مقررات ورشکستگی با قواعد مدنی تفاوت دارد.

قانون تجارت

- به تقلید از قانون تجارت ۱۸۰۸ بلژیک و فرانسه تدوین شده است.
- غالب قواعد مربوط به اعمال تجارتي است.
- در حقوق تجارت نیز قواعد حقوق عمومی نفوذ کرده: قوانین کیفری مربوط به مجازات تاجر ورشکسته به تقلب و تقصیر یا قوائد مربوط به تجارت خارجی و بسیاری از قواعد مربوط به بانکداری و صرافی و ثبت شرکتها و بیمه شرکتها و بیمه کارگران.

اوصاف حقوق تجارت

- تسهیل گردش ثروت با انجام امور صنفی و تجارتي.
- اصل سرعت لازمه و ویژگی تجارت است برای سرعت بخشیدن به گردش سرمایه ها.
- آزادی ادله (خلاف حقوق مدنی): برای اثبات تعهدات، تشریفات سبک در انعقاد قراردادها: قرارداد شفاهی؛ تلفنی؛ دفاتر تجارتي، فاکتورها؛ شهود و غیره.
- اسناد تجارتي از تشریفات ساده ای تبعیت می کند: برات سفته، چک، اوراق بهادار از قبیل سهام، اوراق قرضه، قبوض انبار و شناسایی یا قبول کالا در روی کشتی که در حال حمل دریایی است.
- شدت عمل در مورد تاجر یا شرکتهاى تجارتي بدهکار
- مداخله دولت در امور تجارتي: ح.ت. تابع سیاست اقتصادی دولت و تحول آن است برای حمایت از مصرف کننده و حفظ منافع عمومی .

- حقوق تجارت تحت تاثیر حقوق عمومی: کنترل ارز و تجارت خارجی؛ کنترل بانکها؛ و توزیع اعتبار؛ کنترل حمل و نقل زمینی، هوایی و دریایی، جیره بندی برخی از محصولات و کالاها؛ تدوین قوانین جزایی برای تقلب و گرانفروشی و قوانین مالیاتی، ملی کردن...
- وحدت حقوق تجارت: قوانین تجاری در سطح بین الملل در حال متحدالشکل است: مانند قراردادهای حمل و نقل با راه آهن؛ قراردادهای حمل و نقل هوایی قراردادهای اسناد تجاری و حمایت از مالکیت صنعتی و تجارتي؛ ادبی؛ هنری و قوانین اتاق بازرگانی بین المللی.
- مفهوم حقوق تجارت
- مجموع قواعدی است حاکم بر تعدادی از روابط تجارتي و اقتصادی تجار و بنگاه های تجارتي که برای فعالیت و ادامه کار آنها ضروری می باشد.
- موضوعات خاص اعمال تجاری: اهلیت برای انجام تجارت؛ ثبت نام تجار در دفتر تجارتي؛ نگهداری دفاتر تجارتي؛ مقررات راجع به شرکتهای تجارتي یا اسناد تجاری و ورشکستگی و...
- موضوعات قراردادهای تجاری: قرارداد راجع به حق کسب یا پیشه، اجاره تجارتي، بیع و رهن تجارتي و مقررات راجع به دلایل و صلاحیت دادگاهها.
- اعمال تجاری: منظور از عملیات حقوقی است که تجار خواه بین خود و خواه بین مشتریان انجام می دهند. حقوق تجارت بیشتر حاکم بر اعمال است تا شخص (تاجر یا غیر تاجر).

منابع حقوق تجارت

۱) قانون: قانون تجارت مصوب ۱۳ اردیبهشت ۱۳۱۱ (۶۰۰ ماده) و اصلاحیه آن در ۲۴ اسفند ۱۳۴۷ در ۳۰۰ ماده بجای ماده ۲۱ تا ۹۴ قدیم.

❖ قانون تجارت شامل موضوعات زیر است:

- تجار و معاملات تجاری.
- دفاتر تجارتي و دفتر ثبت تجارتي.
- شرکتهای تجارتي.
- اسناد تجارتي.
- اسناد در وجه حامل.
- دلایلی.
- حق العمل کاری.
- قرارداد حمل و نقل.
- قائم مقام تجارتي و نمایندگان تجارتي.

- ضمانت.
- در ورشکستگی.
- در ورشکستگی به تقصیر و به تقلب.
- در اعاده اعتبار.
- اسم تجاری.
- شخصیت حقوقی.
- مقررات نهایی.

منابع حقوق تجارت

- ۱) رسم و عادت تجاری و مقررات شغلی. - اعمالی است که بطور عادی در شغل و یا در محلی تکرار شود (کشوری یا جهانی).
- رسوم تجاری توسط سازمانهای شغلی مانند اتاق بازرگانی یا سندیکاها بوجود می آید (قراردادهای تیپ).
- اهمیت و تاثیر عرف در حقوق تجارت غیر قابل انکار است.
- رسم و عادت و عرف نمی تواند بر قواعد آمره حقوق مدنی و تجاری حاکم باشد.
- دادگاهها به منظور حل و فصل دعاوی، از عرف استفاده می نمایند (اصل ۱۶۷ ق.ا و ماده ۳ آیین دادرسی مدنی جدید).
- علت استفاده از عرف، ناقص بودن قانون در حین صدور حکم است.
- رویه قضایی و عقاید علماء: تصمیمات قضایی، مواد قانونی را تفسیر و تکمیل می نماید با توجه به شرایط روز جامعه.
- رویه قضایی ساخته و پرداخته قضاات و شاهکار اجرای عقل و منطق است.
- قوانین مدون بعدی از رویه تبعیت می کنند.
- در حقوق ایران: آراء اصراری و آراء هیئت عمومی دیوان کشور از منابع رویه قضایی هستند.

اعمال تجاری

- تعریف: اعمالی مانند خرید، فروش، تولید، تحصیل و اجاره به قصد کسب سود و منفعت کرارا (اعمال ناشی از شخص تاجر برای رفع نیازهای تجاری خود).
- ماده ۱ قانون تجارت.

- شناسایی مفاهیم اعمال تجارتي فوائد زیر را دارد:
- (۱) بدست آوردن ملاکی برای تعریف تاجر و یا شرکت تجارتي.
- (۲) تعیین سیستم حقوقی حاکم بر اعمال تجارتي.
- (۳) تشخیص اهلیت تاجر.
- (۴) دلایل و نحوه اقامه آن (آزادی ادله).
- (۵) انعقاد و اجرای قراردادهای تجاری (محدودیت قانونی ندارد).
- (۶) فرض مسئولیت تضامنی.
- (۷) اعمال ورشکستگی عادی به تقصیر و به تقلب.
- (۸) مقررات جزایی خاص.

اعمال تجارتي ذاتی یا حرفه ای (مبادلاتی)

- خرید یا تحصیل هر نوع مال منقول به قصد فروش یا اجاره.
- اولین شرط برای تجاری بودن عمل، خرید یا تحصیل هر نوع مال منقول است.
- ماده ۲ قانون شرکتهای سهامی و ماده ۴ ق.ت. بررسی شود...
- دومین شرط تجارتي بودن عمل، خرید به قصد فروش خواه کلی خواه جزئی باشد.
- سومین شرط تجارتي بودن عمل، هدف انتفاع است.
- اموال غیر منقول نیز با شرایطی (باهدف کسب سود و منفعت خریداری و به فروش برسد) عمل تجارتي محسوب می شود.

اعمال تجارتي ذاتی یا حرفه ای (فعالیتهای صنعتی)

- بنگاههای حمل و نقل (بند ۲ از ماده ۲ ق.ت).
- بنگاههای تغییر و تبدیل مواد به محصولات (بند ۴ از ماده ۲).
- موسسه نمایشگاههای عمومی (بند ۶ از ماده ۲).

اعمال تجارتي ذاتی یا حرفه ای (فعالیتهای مالی)

- عملیات صرافانی و بانکی (بند ۷ از ماده ۲ ق.ت).
- عملیات بیمه (بند ۹ از ماده ۲ ق.ت).

- خدمات واسطه تجارتي (حق العمل كاري - دلالي - عامل فروش - حراجي).

اعمال تجارتي موضوعي

- اعمال تجارتي موضوعي، اعمالي هستند كه خواه بوسيله تاجر و خواه توسط غير تاجر بطور تكراري يا واحد انجام شود، تجارتي محسوب است. اين اعمال عبارتند از:

۱ - برات.

۲ - شركت هاي تجاري.

۳ - معاملات روي حق كسب و پيشه.

شركت هاي تجارتي

- امروزه قانون مرجحا فعاليت بيشتري شركتها را كه تحت شرايطي تاسيس مي شوند با توجه به شكل حقوقي آنها، تجارتي مي داند، حتي اگر فعاليت مدني داشته باشند.
- بند ۴ از ماده ۳ ق.ت. كلييه معاملات شركت هاي تجارتي را به تبع شركت بودن، تجارتي مي داند.
- تصريح ماده ۵: كلييه معاملات تجار، تجارتي محسوب مي شود مگر اينكه ثابت شود معامله مربوط به امور تجارتي نيست.

ماهيت شركت هاي تجاري

- ماده ۵۷۱ قانون مدني: شركت عبارت است از اجتماع حقوق مالكين متعدد در شي واحدی به نحو اشاعه.
- مالكيته مشاعی بر اموال شركت است.
 - بيشتري اين تعريف خاص شركت هاي مدني است نه تجاري.
 - دكتر ستوده تهراني: شركت تجاري عبارت است از سازماني كه بين دو يا چند نفر تشكيل مي شود كه در آن هريك سهمي به صورت نقد يا جنس يا كار خود در بين مي گذارد تا مبادرت به عمليات تجاري نموده و منافع و زيان هاي حاصله را بين خود تقسيم كنند.

- دکتر اسکینی: شرکت تجاری، قراردادی است که به موجب آن یک یا چند نفر توافق می کنند سرمایه مستقلی را که از جمع آورده های آنها تشکیل می شود ایجاد کنند و به موسسه ای که برای انجام مقصود خاصی تشکیل می گردد، اختصاص دهند و در منافع و زیان های حاصله از بکار گیری سرمایه سهیم شوند.

ویژگی های شرکتهای تجاری

- دارا بودن حقوق و تکالیف مستقل از شرکاء.
- استقلال مالی شرکت های تجاری.
- اقامتگاه شرکت تجاری (ماده ۱۰۰۲ قانون مدنی و ۵۹۰ قانون تجارت).
- تابعیت شرکتهای تجاری (ماده ۵۹۱: اشخاص حقوقی تابعیت کشوری را دارند که اقامتگاه آنها در آن کشور می باشد).

تعریف شرکت دولتی

- طبق قانون محاسبات عمومی:
- واحد سازمانی مشخصی است که با اجازه قانون به صورت شرکت ایجاد شود و یا به حکم قانون و یا دادگاه صالح، ملی شده و به عنوان شرکت دولتی شناخته شده باشد و بیش از ۵۰٪ سرمایه آن متعلق به دولت باشد.
- هر شرکت تجاری که از طریق سرمایه گذاری شرکت های دولتی ایجاد شود، مادام که بیش از ۵۰٪ سهام آن متعلق به شرکتهای دولتی است، شرکت دولتی تلقی می شود.
- شرکت هایی که از طریق مضاربه و مزارعه و امثال اینها به منظور به کار انداختن سپرده های اشخاص نزد بانکها و موسسات اعتباری و شرکتهای بیمه ایجاد شده یا می شوند از نظر این قانون شرکت دولتی نمی باشند.
- شرکتهایی که سهم دولت و شرکتهای دولتی در آنها کمتر از ۵۰٪ است، غیر دولتی بوده و مشمول قوانین و مقررات حاکم بر شرکتهای دولتی نمی باشند.

انواع شرکت های دولتی

۱. شرکت مادر تخصصی یا اصلی - سهامداران آن مستقیماً دولت و یا رئیس مجمع عمومی آن رئیس جمهور است.
۲. شرکت های عملیاتی یا فرعی یا نسل دوم - سهامداران آنها شرکت های مادر تخصصی یا اصلی هستند.

تاسیس شرکت جدید یا تملیک شرکتهای دیگر توسط این شرکتهای به شرطی مجاز است که اولاً در محدوده ای که قانون برای آنها تعیین کرده باشد و ثانیاً صد در صد سهام شرکت های تاسیس یا تملک شده دولتی بوده یا به تملک دولت درآید.

طبق اصل ۴۴ قانون اساسی، نظام اقتصادی بر پایه

۱. بخش دولتی (گروه ۲).
۲. بخش تعاونی.
۳. بخش خصوصی.

گروه های فعالیتهای اقتصادی دولت

گروه یک: تمامی فعالیتهای اقتصادی به جز موارد مذکور در گروه ۲ و ۳. طبق ماده ۳۱. س. ک: مالکیت، سرمایه گذاری و مدیریت برای دولت ممنوع است. تا پایان برنامه ۴ (پایان ۱۳۹۳) دولت باید (۱۰۰٪) واگذاری ها را به بخش غیردولتی گروه ۲: بخش دولتی: فعالیتهای مذکور در صدر اصل ۴۴ قانون اساسی که دولت باید ۸۰٪ آنرا به بخش های دیگر منتقل نماید به استثنای ۲۰٪ و کل راه و راه آهن. گروه ۳: سرمایه گذاری و مالکیت و مدیریت، منحصر باید در اختیار دولت باقی بماند. خرید خدمات مالی و فنی و مهندسی و مدیریتی با حفظ ۱۰۰٪ مالکیت دولت از بخش های دیگر مجاز است.

بخش دولتی (گروه ۲) دولت باید ۸۰٪ آنرا واگذار و ۲۰٪ را حفظ کند

- کلیه صنایع بزرگ.
- صنایع مادر.
- بازرگانی خارجی.
- معادن بزرگ.
- بانکداری.
- بیمه.
- تامین نیرو.

- سدها و شبکه های بزرگ آبرسانی.
- رادیو و تلویزیون.
- پست و تلگراف و تلفن.
- هواپیمایی.
- کشتیرانی.
- راه و راه آهن و مانند اینها... که به صورت مالکیت عمومی و در اختیار دولت است.

گروه ۳ از فعالیت ها که منحصرآ باید ۱۰۰٪ در اختیار دولت باقی بماند

- شبکه های مادر مخابراتی و امور واگذاری بسامد (فرکانس).
- شبکه های اصلی تجزیه و مبادلات و مدیریت توزیع خدمات پایه پستی.
- تولیدات محرمانه یا ضروری نظامی، انتظامی و امنیتی به تشخیص فرماندهی کل نیروهای مسلح.
- شرکت ملی نفت ایران و شرکتهای استخراج و تولید نفت خام و گاز.
- معادن نفت و گاز.
- بانک مرکزی، بانک ملی، بانک سپه، بانک صنعت و معدن، بانک توسعه صادرات، بانک کشاورزی، بانک مسکن و بانک توسعه تعاون.
- بیمه مرکزی و شرکت بیمه ایران.
- شبکه های اصلی انتقال برق.
- سازمان هواپیمایی کشوری و سازمان بنادر و کشتیرانی ایران.
- سدها و شبکه های بزرگ آبرسانی.
- رادیو و تلویزیون.

اقسام شرکتهای تجارتي (ماده ۲۰۵)

۱. شرکت سهامی (عام - خاص).
۲. شرکت با مسئولیت محدود.
۳. شرکت تضامنی.
۴. شرکت مختلط غیرسهامی.
۵. شرکت مختلط سهامی.
۶. شرکت نسبی.

۷. شرکت تعاونی تولید و مصرف.

مقررات حاکم بر شرکت های سهامی

- قانون تجارت مصوب ۱۳۱۱ و اصلاحیه سال ۱۳۴۷.
- قانون راجع به ثبت شرکتهای مصوب ۱۳۱۰.
- نظام نامه اجرائی ثبت شرکتهای مصوب ۱۳۱۰.
- قانون مالیات های مستقیم مصوب ۱۳۶۶ مربوط به دفاتر قانونی شرکتهای.
- آیین نامه اجرایی نحوه انتخاب بازرس شرکت های سهامی عام (مصوب ۱۳۴۹).
- قوانین تاسیس (واساسنامه قانونی) هر شرکت دولتی.

تفاوت اساسی بین مقررات اختصاصی شرکت های سهامی عام و خاص

- در شرکت های سهامی عبارت «شرکت سهامی عام» و «شرکت سهامی خاص» باید قبل از نام شرکت یا بعد از آن بدون فاصله بعد از نام شرکت در کلیه اوراق و اطلاعیه ها و آگهی های شرکت به طور روشن و خوانا قید شود.
- شرکتهایی که موسسین آنها قسمتی از سرمایه شرکت را از طریق سهام به مردم تامین می کنند، شرکت سهامی عام نامیده می شود.
- شرکتهایی که سرمایه آنها منحصرا توسط موسسین تامین گردیده است، شرکت سهامی خاص نامیده می شود.

شرکت سهامی (عام - خاص)

- سرمایه ی آن به سهام تقسیم شده است.
- مسئولیت دارندگان سهام فقط محدود به سهام آنهاست.
- کلیه ی عملیات شرکت های سهامی بازرگانی محسوب می شود (تا حتی غیر منقول).
- حداقل شرکاء کمتر از سه نفر نخواهد بود.
- سرمایه ی شرکت های سهامی از مبلغ معینی نباید کمتر باشد.
- موسسین نسبت به کلیه اعمال و اقداماتی که به منظور تاسیس و به ثبت رسانیدن شرکت انجام می دهند، مسئولیت تضامنی دارند.

شرایط شرکت سهامی عام

- موسسین ۲۰٪ سرمایه شرکت را تعهد می کنند.
- ۳۵ درصد ۲۰ درصد را نقدا در حسابی بنام شرکت در شرف تاسیس در یکی از بانکها می سپارند.
- ۶۵ درصد تعهد شده باید بصورت غیر نقد (مانند امتیاز یا ملک) باشد باید عین آن یا سند مالکیت آنرا در همان بانکی که برای پرداخت مبلغ نقدی حساب باز شده است تودیع نمایند.
- ۸۰٪ سرمایه شرکت می تواند از طریق پذیره نویسی تامین شود.
- کاملترین نوع شرکت سهامی است.
- برای انجام امور مهمه است (حجم کار - تخصص - سرمایه).
- در نام شرکت قبل از اسم شرکت یا بعد از آن بلافاصله کلمه عام اضافه می شود.
- سرمایه شرکت از پنج میلیون ریال نباید کمتر باشد.
- هیات مدیره شرکت سهامی عام کمتر از پنج نفر نخواهد بود.
- شرکت سهامی عام می تواند اوراق قرضه منتشر کند.
- شرکت می تواند سهام خود را برای فروش در بورس اوراق بهادار و بانکها عرضه نماید.
- نقل و انتقال سهام (آزاد است) مشروط به موافقت مدیران و یا مجمع عمومی صاحبان سهام نیست.
- مبلغ اسمی هر سهم نباید از ده هزار ریال بیشتر باشد.

شرایط شرکت سهامی خاص

- تمام سرمایه شرکت توسط موسسین تامین می گردد (کمتر از یک میلیون ریال نیست).
- ۳۵٪ سرمایه نقدا در یکی از بانکها به نام شرکت در حال تاسیس در حساب مخصوص سپرده می شود.
- صدور اعلامیه پذیره نویسی (تشریفات سنگین) ندارد.
- سرمایه شرکت نباید از مقدار معین تقلیل نماید.
- در نام شرکت باید نام «خاص» قبل از ذکر نام شرکت یا بعد از آن اضافه شود.
- هیئت مدیره شرکت ممکن است از پنج نفر کمتر باشد.
- شرکت حق انتشار اوراق قرضه ندارد.
- حق پذیره نویسی ندارد.

- ش.س.خ. ممکن است در صورت تمایل صاحبان سهام، به شرکت سهامی عام تبدیل شود (باتصویب مجمع).

سرمایه شرکت سهامی

- حداقل سرمایه شرکت سهامی عام (پنج میلیون ریال) است و حداقل سرمایه شرکت سهامی خاص (یک میلیون ریال) است.
- در صورتی که سرمایه شرکت بعد از تاسیس شرکت به هر علت از حداقل مذکور در در این ماده (ماده ۵ قانون اصلاح قانون تجارت) کمتر شود باید ظرف یکسال نسبت به افزایش سرمایه تا میزان حداقل مقرر اقدام به عمل آید یا شرکت به نوع دیگر از انواع شرکتهای مذکور در قانون تجارت تغییر شکل یابد. وگرنه هر ذینفعی می تواند انحلال آن را از دادگاه صلاحیتدار درخواست کند.
- این ارقام امروزه مناسب موقعیت تجاری کشور نیست.

ارکان اداره یک شرکت سهامی

- مجامع عمومی.
- هیات مدیره.
- مدیر عامل.
- بازرس

مجامع عمومی

- عالی ترین رکن تصمیم گیری و سیاستگذاری شرکت است.
- انواع مجامع عمومی:
 ۱. مجمع عمومی موسس.
 ۲. مجمع عمومی عادی.
 ۳. مجمع عمومی فوق العاده.

وظیفه مجمع عمومی موسس

- رسیدگی و تصویب گزارش موسسین و احراز پذیره نویسی کلیه سهام شرکت و تادیه مبالغ آنها.
- تصویب طرح اساسنامه شرکت و در صورت لزوم اصلاح آن.
- انتخاب اولین مدیران و بازرسان شرکت.

- تعیین روزنامه کثیرالانتشار برای درج در اطلاعیه های مجمع عمومی موسس.
- تصویب ارزیابی آورده های غیر نقدی موسسین (باید توسط کارشناس رسمی دادگستری ارزیابی شود).
- تصویب حقوق ویژه برای برخی موسسین.

مجمع عمومی عادی

- در کلیه امور شرکت تصمیم گیری می کند.
- در سال یکبار در زمان معین که در اساسنامه تعیین شده است، تشکیل می شود.
- محور اصلی تصمیمات آن، رسیدگی به ترازنامه و حساب های مالی شرکت.
- اعتبار تصمیمات منوط به قرائت گزارش بازرس شرکت است.
- مجمع را کلیه صاحبان سهام شرکت تشکیل می دهند.
- برای رسمیت یافتن جلسه اول لازم است که حداقل نصف بعلاوه یک سهامداران دارای حق رای حضور داشته باشند.
- در صورت نرسیدن به این نصاب در دعوت مجدد از سهامداران، جلسه با حضور هر تعداد از سهامداران دارای حق رای به رسمیت خواهد رسید.

نصاب رسمیت تصمیمات مجمع عمومی

- حد نصاب، اکثریت (نصف به علاوه یک) آراء است.
- در مورد انتخاب مدیران و بازرسان حد نصاب اکثریت نسبی است.
- وظیفه: رسیدگی به حساب های مالی سالانه شرکت است.
- وضعیت خاص مستلزم برگزاری مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده به تقاضای هیات مدیره و بازرسان یا بازرسان شرکت است که دستور جلسه باید در آگهی دعوت قید شود.
- حدنصاب این مجمع اخیر، نصاب مجمع عمومی عادی است.

مجمع عمومی فوق العاده

- تغییر اساسنامه.
- تغییر در سرمایه.

- انحلال شرکت قبل از موعد مقرر در اساسنامه.
- هر زمان و به صورت فوق العاده امکان تشکیل آن وجود دارد.
- نصاب رسمیت جلسات: نصف بعلاوه یک صاحبان سهام دارای حق رای.
- در صورت حاصل نشدن حد نصاب در جلسه اول، در دعوت دوم باید یک سوم به علاوه یک صاحبان سهام دارای حق رای حضور داشته باشند.
- تصمیمات مجمع عمومی فوق العاده با اکثریت دو سوم آراء معتبر خواهد بود.

جنبه کیفری مربوط به امور مجمع عمومی

- ماده ۲۵۳ اصلاحیه قانون تجارت:
- ممانعت عامدانه از حضور سهامداران در جلسات مجمع عمومی.
- معرفی هر کس با خدعه و نیرنگ به عنوان سهامدار برای شرکت در جلسات و رای گیری مجمع عمومی.

مقررات انتخاب هیات مدیره

- لزوم انتخاب هیات مدیره از بین صاحبان سهام همان شرکت.
- ۲- قابلیت عزل اعضای هیات مدیره: اساسنامه شرکت ها و یا تصمیمات مجمع عمومی شرکت ها نمی توانند اعضای هیات مدیره را غیر قابل عزل نمایند.
 - ۳- حدنصاب برای شرکت های سهامی عام ۵ نفر و سهامی خاص نصاب ندارد.
 - ۴- مدیران در آغاز فعالیت توسط مجمع عمومی موسس و در مراحل بعدی توسط مجمع عمومی عادی انتخاب می شوند.
 - ۵- دوره خدمت اعضای هیات مدیره ، نباید بیشتر از دو سال باشد.
 - ۶- تعیین هیات مدیره از صلاحیت های مجمع عمومی عادی است.

مدارک مورد نیاز ثبت شرکت های سهامی عام

- اظهارنامه.
- طرح اساسنامه شرکت.
- طرح اعلامیه پذیره نویسی سهام.
- گواهی بانک مبتنی بر تودیع مدارک مالکیت موسسین بر تعهدات غیر نقدی سرمایه.

اطلاعات ضروری برای درج در اظهارنامه

۱. نام شرکت.
۲. هویت کامل و اقامتگاه موسسین.
۳. موضوع شرکت.
۴. مبلغ سرمایه شرکت و تفکیک آورده نقدی از آورده غیر نقدی.
۵. تعیین تعداد سهام و مبلغ اسمی آنها و تعیین نوع سهام (بانام، بی نام، ممتاز).
۶. تعیین میزان تعهد نقدی و غیر نقدی هر یک از موسسین.
۷. مرکز اصلی شرکت.
۸. مدت شرکت.

اطلاعات مندرج در اساسنامه شرکت

۱. نام شرکت.
۲. موضوع شرکت.
۳. مدت شرکت.
۴. مرکز اصلی شرکت و نشانی شعبه آن.
۵. سرمایه شرکت به تفکیک نقدی و غیر نقدی.
۶. تعیین تعداد سهام و مبلغ اسمی آن و تعیین نوع آن (بانام، بی نام و ممتاز).
۷. تعیین مبلغ پرداخت شده برای سهم و نحوه باز پرداخت بقیه مبلغ اسمی حداکثر ظرف ۵ سال.
۸. نحوه انتقال سهام با نام.
۹. نحوه تبدیل سهام بانام به بی نام و بالعکس.
۱۰. شرایط صدور اوراق قرضه (در صورت پیش بینی).
۱۱. نحوه افزایش و کاهش سرمایه شرکت.
۱۲. ترتیب دعوت مجمع عمومی و ضوابط مربوط به رای گیری.
۱۳. تعداد مدیران و نحوه انتخاب آنها و حدود وظایف و اختیارات آنها و حدود و میزان سهام تضمینی مدیران.
۱۴. تعداد بازرسان شرکت.
۱۵. تعیین سال مالی شرکت و نحوه رسیدگی به حساب های آن.
۱۶. نحوه انحلال اختیاری شرکت.

انتخاب مدیر عامل

- طبق ماده ۱۲۴: هیات مدیره باید اقلاً یک نفر شخص حقیقی را به مدیریت عامل شرکت برگزیند و حدود اختیارات و مدت تصدی و حق الزحمه او را تعیین کند.
- در صورتی که مدیر عامل عضو هیات مدیره باشد، دوره مدیریت عامل او از مدت عضویت او در هیات مدیره بیشتر نخواهد بود.
- مدیر عامل شرکت نمی تواند در عین حال رییس هیات مدیره همان شرکت باشد، مگر با تصویب سه چهارم آراء حاضر در مجمع عمومی.
- هیات مدیره در هر موقع می تواند مدیر عامل را عزل نماید.
- ماده ۱۲۶: منع سمت مدیریت عامل در دو شرکت توسط یک نفر.

سهام شرکت سهامی

- سرمایه هر شرکت سهامی به قطعاتی تقسیم می شود که به هر یک از آنها سهم .
- حداکثر قیمت اسمی هر سهم ده هزار ریال تعیین گردیده است.
- انواع سهام در شرکتهای سهامی عام: بانام - بی نام - ممتاز.
- سهام بانام: دارنده سهم معلوم و مشخص و شماره ردیف دارد و در دفتر شرکت ثبت است.
- سهام بی نام: مالک مشخص ندارد و در دفتر شرکت ثبت نشده است با تحویل منتقل می شود.
- سهام ممتاز: مالک آن افراد سرشناس و معروفند. این سهام حق رای و سود بیشتری دارد.

